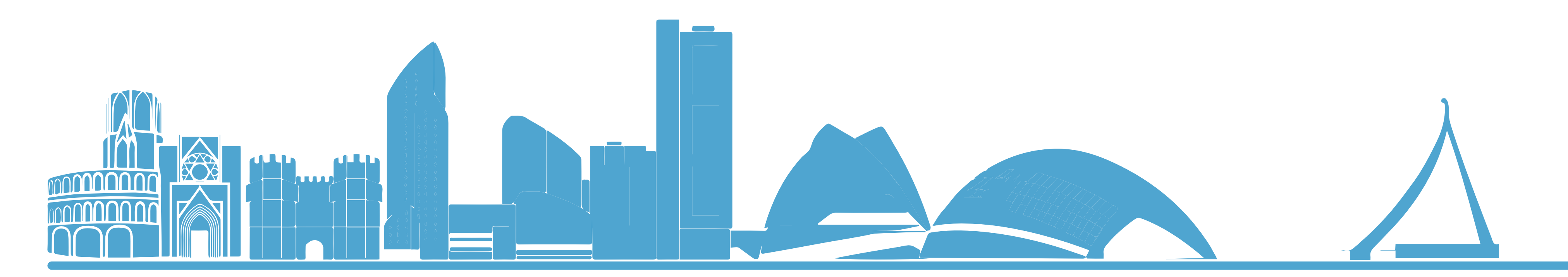


DIAGNOSTICA TU EMPRESA
¿ES TU MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE?

En este ebook te vamos a contar todo lo que necesitas saber para descubrir las claves para detectar si tu empresa necesita innovar y escalar.

¿ES ESTA GUÍA LO QUE NECESITO?

Este ebook va dirigido a personas que tengan una empresa constituida con razón social en Valencia, facturen anualmente + 500.000 €, cuyo producto sea escalable y que tengan un público potencial de más de 400 millones, y estén interesados en participar en un programa de aceleramiento del crecimiento de proyectos empresariales innovadores.












ÍNDICE







1 INTRODUCCIÓN

Como sabemos, hoy en día, y cada vez más, son muchas las empresas que se lanzan al mercado, pero para diferenciarse del resto hay que innovar, escalar, ser diferente y destacar entre la competencia.

¿Pero cómo lo conseguimos? Para empezar, es necesario que diagnostiques el estado de tu empresa, y más aún si tu próximo objetivo es crecer, posicionarte de forma online o internacionalizarte.

Para ello te proponemos que empieces siguiendo un método innovador, procedente del ecosistema MIT en Boston, y cuyo objetivo es perseguir el éxito.



2 EL MÉTODO DE BILL AULET

LOS 24 PASOS PARA EMPRENDER CON ÉXITO



Bill Aulet, gerente del centro de emprendedores del Instituto Tecnológico de Massachusetts en Boston, es el creador de este método de emprendimiento basado en 24 pasos para conseguir un negocio de éxito. Empresas que han desarrollado su idea, pero quieren impulsarla con un sentido de negocio de éxito.

Porque la sostenibilidad de un negocio se mide, en gran medida, con las posibilidades de expansión que tiene, una vez se ha validado su modelo.

A continuación, te mostramos los 24 pasos para emprender e impulsar tu negocio con éxito dentro y fuera de nuestras fronteras.









0. ARRANQUE

Siempre hay un motivo para emprender. La idea y la sensación de querer avanzar en una trayectoria profesional, o romper con esta.

Qué debes hacer: salir de la zona de confort







1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Hay que conocer el mercado en el que nos vamos a mover: sus variables, opciones de entrada, productos en curso...

Qué debes hacer: ver el mercado desde la perspectiva del cliente y desde la visión de una empresa.

2. SELECCIONAR UN NICHO DE MERCADO

en el mercado hay una parcela que va a ser de nuestro dominio. Nuestra idea se tiene que mover en esta parcela y debemos conocerla al detalle.

Qué debes hacer: centrarte en este paso. Es un momento crítico en el que se va a definir donde vamos a emprender nuestro negocio y en qué condiciones.

3. DESCRIBIR A TU USUARIO FINAL

siempre va a haber alguien que use el producto, servicio o idea que le ofrezcamos. No lo confundas con el comprador.

Qué debes hacer: ponle nombre, apellidos y cara al usuario final. Entiende sus preocupaciones y qué problemas tiene.









4. CALCULAR EL TAMAÑO DEL MERCADO

No es lo mismo dirigirse a 50.000 clientes potenciales que a 5 millones de personas.

Qué debes hacer: estima cuantos clientes potenciales hay en el mercado elegido para tu proyecto emprendedor.

5. PERFIL DEL BUYER PERSONA

Es el comprador final del producto. Es el que decide la compra del producto o servicio pero no necesariamente es el que lo utilice en primera persona.

Qué debes hacer: ponle también nombre y apellidos. Saber cuáles son sus necesidades al adquirir un producto o servicio.

6. CASO DE CICLO DE VIDA COMPLETO

Describe detalladamente como tu buyer persona descubre tu producto, lo adquiere, lo usa, obtiene su valor, lo paga y compra más o habla a otros de él.

Qué debes hacer: construye un caso de ciclo de vida completo centrando la discusión en qué va a hacer tu producto/servicio por tu cliente y cómo lo descubrirá y pagará por él.

7. ALTO NIVEL DE ESPECIFICACIÓN DE PRODUCTO

Detalla cómo va a ser tu producto. No quiere decir que debes invertir un solo euro.

Qué debes hacer: especifica qué vas a ofrecer en tu nicho.

8. CUANTIFICAR LA PROPUESTA DE VALOR

Detalla la estimación del valor que vas a aportar con tu producto al cliente.

Qué debes hacer: cuantifica cuanto está dispuesto a pagar el cliente por el valor añadido de tu producto.

9. IDENTIFICAR TUS PRÓXIMOS 10 CLIENTES

Sigue poniéndote en el lugar del cliente.

Qué debes hacer: crea una lista con tus próximos diez clientes que encajen dentro de los perfiles detallados anteriormente.

10. DEFINE TU CORE

Necesitas encontrar aquello que tú haces que te hará ser mejor que nadie ofreciendo ese producto o servicio a tu cliente.

Qué debes hacer: explica por qué tu negocio puede proveer al cliente de una solución que otros (competencia) no pueden.

11. TRAZA TU POSICIÓN COMPETITIVA

Cuál es el lugar de salida en la parrilla del mercado que has descrito respecto a la competencia.

Qué debes hacer: representa visualmente tu posición relativa respecto a otras alternativas.

12. DETERMINAR LA UNIDAD DE TOMA DE DECISIONES DEL CLIENTE

Estudia el complejo proceso de decisión de compra de los clientes.

Qué debes hacer: define quien decide la compra, qué decide comprar, por qué, cómo, cuándo, dónde y cuánto.

13. DIBUJA EL PROCESO DE VENTA HASTA ADQUIRIR UN CLIENTE

Después de conocer un quién tomará la decisión, es muy importante conocer cómo toma la decisión.

Qué debes hacer: hay que determinar qué variables tendrá en cuenta para que puedas incluirlas en el momento del diseño de tu producto para optimizar el proceso.

14. CALCULA EL TAMAÑO DE LOS MERCADOS SIGUIENTES A LOS QUE TE DIRIJAS

En tus planes debes incluir un análisis sobre qué pasará en el futuro. ¿cuál será tu próximo nicho de mercado y cómo de grande es?

Qué debes hacer: calcula el tamaño de esos mercados para ver las posibilidades de expansión.

15. DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIO

Cómo capturar el valor que has creado es un tema que merece más el esfuerzo del que los emprendedores suelen dar.

Qué debes hacer: planifica el método según por lo que tu cliente vaya a pagar.

16. ESTABLECE TU MARCO DE PRECIOS

Ahora que ya has establecido tu modelo de negocio es momento de comenzar con la estrategia de precios y entender cómo esta puede tener un gran impacto sobre tus ganancias.

Qué debo hacer: utiliza tu propuesta de valor y modelo de negocio para determinar un apropiado primer paso de estructura de precios. No olvides tener en cuenta las alternativas de precios que tiene el cliente en el mercado.

17. CALCULA EL TIEMPO DE VIDA DE LOS CLIENTES ADQUIRIDOS (LTV)

Hay que saber las posibilidades de negocio en el tiempo y la periodicidad.

Qué debes hacer: estima por intervalo de tiempo la "esperanza de vida" de un cliente y las posibilidades de conseguir más negocio.

18. MAPEA EL PROCESO DE VENTA PARA ADQUIRIR UN CLIENTE

Hay que saber cuál es el recorrido hasta el cierre de una venta.

Qué debes hacer: saber qué hay que hacer para conseguir un cliente, pensar en si es posible la automatización del proceso, cuántos recursos se van a implicar.

19. CALCULA EL COSTE POR ADQUISICIÓN (COCA)

Debes contrastar tu inversión para adquirir clientes.

Qué debes hacer: calcula todos los gastos que deberías realizar para adquirir un cliente. También la inversión en promoción y marketing.

20. IDENTIFICA LAS HIPÓTESIS CLAVE

Identificar los supuestos clave que se probarán antes de empezar a invertir en el desarrollo de productos.

Qué debes hacer: plantea los supuestos que pueden afectar a tu producto o servicio dentro de un mercado.

21. CONTRASTA LAS HIPÓTESIS CLAVE

Las hipótesis sobre un negocio pueden ser reales o no.

Qué debes hacer: probar, a través de pequeños experimentos de bajo coste, cada una de las hipótesis individuales que has identificado en el paso 20.

22. DEFINE EL PRODUCTO MÍNIMO VIABLE DEL NEGOCIO

Definir el producto mínimo que se puede utilizar para probar si el cliente obtiene el valor del producto.

Qué debes hacer: detallar con qué valor añadido vamos a salir al mercado y si cliente va a considerarlo.

23. DEMUESTRA QUE "LOS PERROS COMERÁN LA COMIDA DE PERRO"

Obtén indicadores cuantitativos sobre todos los pasos previos.

Qué debes hacer: cuantifica respecto al producto, el valor de las ventas y prueba que alguien está dispuesto a pagar por tu servicio.

24. DESARROLLA UN PLAN DE PRODUCTO

Tras los anteriores pasos, debes desarrollar un plan a largo plazo para agregar funcionalidad y hacer frente a otros mercados.

Qué debes hacer: enumera diferentes servicios, funcionalidades y productos (monetizables o no) que vas a ejecutar para llevar a cabo tu proyecto emprendedor.

Esperamos que te haya gustado este ebook para diagnosticar tu empresa y descubrir si tu modelo de negocio es sostenible e innovador.

Si lo que quieres es hacer crecer en tu negocio, te aconsejamos que participes en nuestro programa

Valencian Global, un programa de aceleramiento del crecimiento de proyectos empresariales innovadores de la Comunidad Valenciana, que tiene como objetivo que once start up multipliquen por veinte sus ingresos en cinco años. Infórmate aquí: www.valencianglobal.com

Además, contamos con otro programa, Go Global, dirigido a empresas de ámbito nacional (fuera de la Comunidad Valenciana) e internacional, que deseen participar en este programa de emprendimiento de éxito.

WWW.VALENCIANGLOBAL.COM